

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

Kultuurhariduse osakond

Kultuurikorralduse õppekava

Kaarel Kukk

UX TARTU 2017

Loov-praktililine lõputöö

Juhendaja: Jana Karilaid, MA kultuurikorraldus

Kaitsmisele lubatud.....

(juhendaja allkiri)

Viljandi

2017

SISUKORD

SISSEJUHATUS.....	1
1. ORGANISATSIOONI TUTVUSTUS.....	3
1.1. Organisatsiooni kirjeldus, eesmärk, missioon ja struktuur.....	3
1.2. Kasutajakogemuse olemus	5
1.3. Konverentsi seotus paikkonna prioriteetidega	5
2. SÜNDMUSE ÜLEVAADE.....	7
2.1. UX Tartu 2017	7
2.2. Sihtrühm ja konkurendid.....	8
2.3. Meeskond ja tegevuste kirjeldus	9
2.4. Sotsiaalmajanduslik mõju	11
2.5. Riskianalüüs	13
2.6. Turundus ja reklaam.....	14
2.7. Eelarve ja selle täitmine	15
3. TAGASISIDE SÜNDMUSELE JA ENESEREFLEKSIION	17
3.1. Tagasiside.....	17
3.2. Eneserefleksioon	17
KOKKUVÕTE.....	19
KASUTATUD ALLIKAD.....	20
LISAD.....	21
Lisa 1. UX Tartu põhiprogramm.....	21
Lisa 2. Sündmuse eelarve ja selle täitmine (numbrid sisaldavad makse).....	22
Lisa 3. Pildid sündmusest.....	23
Lisa 4. UX Tartu kavalehe näidis.....	25
Lisa 5. UX Tartu sponsorkirja näidis	26
Lisa 6. UX Tartu tagasiside küsimustik	27
SUMMARY	28
LIHTLITSENTS	29

SISSEJUHATUS

Töös kasutatavad mõisted:

UX – kasutajakogemus (*user experience*)

IT – infotehnoloogia (*information technology*)

Käesolev kirjutis annab ülevaate minu loov-praktilisest lõputööst, milleks oli 7. aprillil 2017. aastal esmakordselt toimunud UX Tartu konverentsi korraldamine. Tegemist oli ühepäevase informaatika ja disaini valdkonda kuuluva kasutajakogemuse konverentsiga, mis leidis aset Tartu linnas, Spark konverentsikeskuses.

Minu seos UX Tartu konverentsiga sai alguse 2016. aastal, kui sõprade ringis tuli jututeemaks minu lõputöö korraldamine. Antud seltskonda kuulub palju loodus- ja täppisteaduste valdkonna tudengeid. Ühise vestluse käigus mõeldi välja, et tuleks teha disaini ja informaatikat ühendav sündmus. Sellest omakorda arenes välja UX Tartu konverentsi mõte, mida asusin korraldama koostöös Mihkel Allorgiga. Kindlustunnet andis juurde sTARTUp Day konverents, kus külastavus oli suur, ligikaudu 3000 inimest. Seega võis oodata, et meie sündmus osutub samuti populaarseks. Esimest konverentsi soovisime teha mitte liiga rahvarohket, pigem keskendusime kvaliteedile ja sisule. Mõtlesime juba varajases staadiumis, et sündmus võiks olla jätkusuutlik ning toimuda veel mitmeid aastaid.

Võtsin sellel hetkel vabaainena programmeerimise aluseid ja antud teema sobis väga hästi. Esmalt asusin uurima, milliseid konverentse on hetkel nii Eestis kui ka välismaal tehtud. Selgus, et täpselt sellele teemale orienteeritud sündmusi ei ole Eestis veel toimunud, kõige sarnasem on WUD Tallinn (World Usability Day). Ülemaailmselt leiab aset palju kasutajakogemuse konverentse. Baltikumi kõige suuremat selleteemalist üritust korraldatakse Riias, kus toimub kolmepäevane konverents koos erinevate töötubadega. Euroopa suurimad UX konverentsid on EuroIA Rootsis, UX Start Hollandis, UX Scotland Šotimaal, UX London Inglismaal ja UX LX Portugalis.

Käesolev töö jaguneb kolme peatükki. Esimeses peatükis annan ülevaate sündmuse korraldanud organisatsioonist ja kirjeldan kasutajakogemuse olemust. Lisaks sellele analüüsin organisatsiooni tegevuste seotust paikkonna prioriteetidega. Teises peatükis keskendun sündmuse olemusele: annan ülevaate meeskonnast ja kirjeldan meeskonnaliikmete tegevusi. Samuti kirjeldan sündmuse sihtrühma, konkurente, turundust ja eelarvet. Lisaks olen toonud peatükki lõpus välja sündmuse riskianalüüsi ja lahti mõtestanud UX Tartu sotsiaalmajandusliku mõju. Kolmandas peatükis annan ülevaate sündmuse tagasiside kohta ning analüüsin iseenda tööd sündmuse korraldamisel.

1. ORGANISATSIOONI TUTVUSTUS

Käesolevas peatükis tutvustan ja analüüsin ettevõtet OÜ Võitus. Annan ülevaate, milline on ettevõtte eesmärk, missioon ja struktuur. Samuti kirjeldan, mis on kasutajakogemuse olemus ja analüüsin organisatsiooni tegevuste seotust paikkonna arengukavaga.

1.1. Organisatsiooni kirjeldus, eesmärk, missioon ja struktuur.

„Tänapäevases käsitluses on organisatsioon inimühendus, kes tegutseb koos ühiste eesmärkide saavutamiseks ja keda on iseloomustatud kindla eesmärgi, strateegia, struktuuri ja tehnoloogiaga. Iga organisatsioon on kindlas keskkonnas. Keskkond on oluliseks organisatsiooni iseärasusi määravaks teguriks.“ (Virovere, Alas, Liigand 2008, lk 19)

UX Tartu konverentsi korraldasime ettevõtte OÜ Võitus alt, mis on asutatud 12. jaanuaril 2015. aastal Tartus. Tegemist on ühe inimese poolt loodud ettevõttega ning selle ainsaks liikmeks on Mihkel Allorg. (Inforegister, 2017)

Vastavalt Äriseadustik § 135. on osaühingut defineeritud järgmiselt: „osaühing on äriühing, millel on osadeks jaotatud osakapital. Osaühing vastutab oma kohustuste täitmise eest kogu oma varaga. Osanikul isiklikku varalist vastutust ei ole.“ (Äriseadustik 2011, § 135)

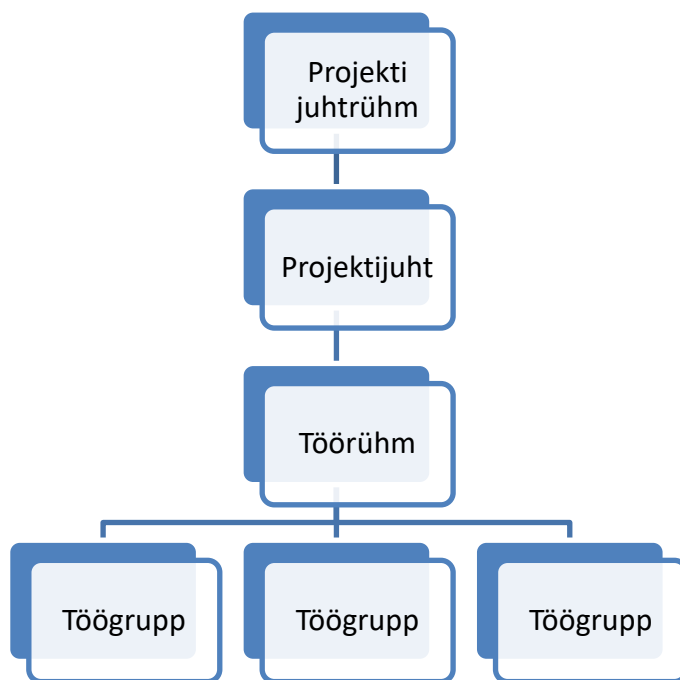
„Organisatsiooni ja grupi määratlemisel on üheks peamiseks tunnuseks „eesmärgid“. Organisatsioon võib koosneda grupist või gruppide ühendusest. Eesmärgid seovad üksikud grupid ja selle kaudu organisatsiooniks, kusjuures iga grupp peab tunnetama oma osa tervikus.“ (Vadi 2000, lk 258)

Ettevõtte ei ole loodud konkreetselt sündmuse läbiviimiseks, kuid selle läbi oli võimalik teha erinevaid rahalisi toiminguid. Ettevõtte peamine eesmärk on luua tarkvaralahendusi, kaasates erinevatesse projektidesse vabakutselisi arendajaid ja disainereid. (Allorg, 11.05.2017)

„Organisatsiooni missioon on õigustus organisatsiooni loomiseks ja on otseselt seotud selle organisatsiooni tuumikkompetentsi ning väärtustega.“ (Virovere jt 2008, lk 22)

OÜ Võitus missiooniks on kaasata oma projektidesse ennast tõestada soovivaid veebiarendajaid ja disainereid, kes oleksid omakorda huvitatud kaasa lööma põnevates projektides: sooviga seeläbi arendada oma oskusi. (Allorg, 11.05.2017)

OÜ Võitus näol on tegemist projektiorganisatsiooniga. Projektiorganisatsioonides teostatakse tööd mitmesugusel viisil, erinevates koosseisudes ning erinevates asukohtades. Seejuures on töö korraldatud paljuski lähtuvalt väliste osapoolte (kliendid, pakkujad, konsultandid jne) vajadustest. Näiteks on täiesti tavaline, et ostjad ja müüjad tegutsevad koos sama projekti juures. Samuti võib töötamise määra ja intensiivsuse olla väga muutuv – teatud juhtudel iseloomustab projektitööd vähene aktiivsus ning teistes etappides pikad tööpäevad. (Ekstedt, 2009, lk 42) Toon välja antud projektiorganisatsiooni struktuuri joonise (vt Joonis 1).



Joonis 1 Projektiorganisatsiooni struktuur. (Allikas: Püüa 2003, lk 6)

Ettevõtte loomise idee tekkis Mihkel Allorgil ülikoolis informaatikat õppides, kui kuulis põnevatest pakumistest erinevatele veebiprojektidele. Esimene projekt võeti vastu juba 2015.

aasta jaanuarikuus. Sellest ajast peale on ettevõtte läbi viinud kümme korda veebiprojekti, kaasates kokku ligikaudu seitse inimest. (Allorg, 11.05.2017)

1.2. Kasutajakogemuse olemus

Viimastel aastatel on hakatud rääkima just kasutajakogemusest tarkvara loomisel, märksõnaks on UX (*user experience*) (Rinde 2011, lk 2).

Rinde sõnul toetub hea kasutajakogemus neljale põhikomponendile:

- Funktsionaalsus (*functionality*). Funktsionaalne asi on spetsialiseeritud tööriist konkreetse probleemi lahendamiseks. Tarkvara peab tegema seda, milleks ta mõeldud on.
- Ilu (*beauty*). Välimus on väga tähtis. Ilus välimus, hea disain soodustab erilise emotsionaalse suhte tekkimist kasutaja ja toote vahel.
- Atraktiivsus, külgetõmbavus, afiinsus (*affinity*). Midagi erilist, mis paneb kasutaja just seda toodet tahtma. Külgetõmbavus saavutatakse hea välimuse, hea funktsionaalsuse ja tavaliselt veel mõne erilise omadusega, mis muudab toote teiste seas vastupandamatuks.
- Lugu (*story*). Heal kasutajakogemusel on alati olemas lisaväärtus. Kasutajal peab tekkima õige meeleolu toote ostmiseks. Kasutuslugude loomine on sama, mis lugu inimesest, kes kasutab toodet.

1.3. Konverentsi seotus paikkonna prioriteetidega

Organisatsiooni näol on tegemist projektipõhise ettevõttega ning sellest lähtuvalt oli UX Tartu 2017 konverents üks projekt mitmest. Kuna tegemist on konverentsiga, siis toon välja, kuidas on seotud konverentsiturism Tartu linna arengukava eesmärkidega.

Tartu linna arengukavas on selgelt välja toodud, et just konverentsiturismi arendamine on üks tähtsaim väljakutse linna jaoks.

Olulisemad väljakutsed aastateks 2013–2020 (Tartu linna arengukava 2011, lk 27-28):

- Tartu ettevõtlusaktiivsuse tõstmine ja vahe vähendamine Tallinnaga;
- Tartu ettevõtlus- ja elukeskkonna atraktiivsuse suurendamine nii siseriiklikult kui ka rahvusvahelisel tasandil;

- kõrgema lisandväärtusega tootmise arendamine. Tartus on olemas arengupotentsiaal tervise- ja heaolutoodete ning -teenuste arendamiseks, mis eeldab info- ja kommunikatsioonitehnoloogia, bio-, nanotehnoloogia ja traditsiooniliste tööstusharude integreerimist ning koostöö tugevdamist kõikide huvigruppide vahel;
- ettevõtjate ja teadlaste vahelise koostöö tihendamine;
- loomeettevõtluse jätkuv arendamine;
- ettevõtlusega seotud infrastruktuuri jätkuv edendamine;
- Tartus majutatavate turistide arvu suurendamine;
- turismi sesoonsuse vähendamine;
- konverentsiturismi arendamine;
- lennuliikluse arendamine.

2. SÜNDMUSE ÜLEVAADE

Töö teine peatükk tutvustab sündmuse olemust: annab ülevaate meeskonnast ja kirjeldab meeskonnaliikmete tegevusi. Samuti kirjeldab see sündmuse sihtrühma, konkurente, turundust ja eelarvet. Lisaks on peatükis välja toodud sündmuse riskianalüüsi ja lahti mõtestatud UX Tartu sotsiaalmajanduslik mõju.

2.1. UX Tartu 2017

UX Tartu on IT- ja disainivaldkonna konverents, mis ühendab omavahel valdkonna spetsialiste. Antud sündmuse eesmärk oli ühendada inimesi, kes loovad tooteid, rakendusi, veebilehti ja muid installatsioone. UX on omakorda inspireeritud kasutajate vajadustest ning erinevatest võimalustest loomingulise tehnoloogia kasutamisel. Lisaks tavapärasele konverentsi programmile pakkusime võimalust erinevatele ettevõtetele tutvustada oma toodet, kampaaniat, mängu või UX lahendust. Ettevõtete alal oli esindatud kaks ettevõtet, kes kohapeal reklaamisid oma firmat: SprotID ja Tieto Eesti. Kokku külastas konverentsi 170 inimest. Põhiprogrammis (vt Lisa 1) oli seitse esinejat.

Lisaks põhiprogrammile ja ettevõtete alale oli võimalus külalistel proovida ka virtuaalreaalsuse elamust. Selleks kaasasime oma sündmuse juurde äsja avatud Futuruumi virtuaalreaalsusekeskus tegijad. Sealsed liikmed tulid oma tehnikaga kohale ja pakkusid võimalust katsetada ja mängida nende poolt pakutavaid mänge. Antud tehniline lahendus pakkus pinget nii noortele kui vanadele. Kõigil oli võimalus kuueruutmeetrisel mängualal katsetada oma osavust virtuaalreaalsuses erinevate vibulaskmis-, tulistamissimulatsioon- või tennisemängude läbi. Selleks oli mängija varustatud virtuaalreaalsuskomplektiga, kuhu kuulusid HTC Vive peakomplekt, pult ja vest, mis helide tekkides vibreerib – seeläbi on kasutajakogemus veelgi realistlikum. (Futuruumi koduleht, 2017)

Esinejate valikutel lähtusime aspektist, millised IT- ja disainiettevõtete töötajad on Eestis viimaste aastate jooksul kõige põnevaimaid projekte ellu viinud. Seejuures tahtsime saavutada olukorda, kus esinejad oleksid võimalikult erinevatest UX valdkondadest ja pakuksid publikule

laia spektriga innovaatilisi ideid. Esinejad olid nii riigi- kui erasektorist. Seeläbi oli publikul võimalus näha, kas ja kui palju erinevusi esineb nende kahe sektori vahel.

UX Tartu 2017 esinejate seast jäädi kõige enam rahule IT ideoloogi ja visionääri Taavi Kotkaga, kes kõneles ärimudelite loomisest ja riigisüsteemide arendamisest ning nende mõõtmistest. Samuti meeldis osalejatele disainiagentuur Fraktalis töötav Tajo Oja, kes arutles teemal “Liiga palju UX-i”. Esinemised peeti nii-öelda avatud vormis: publikul oli võimalus igal ajal küsida küsimusi ja täpsustada huvipakkuvaid detaile. Diskussiooni oleks tõenäoliselt jätkunud kauemaks kui konverentsi ajagraafik ette nägi. Samuti oli publikul võimalus pärast konverentsi ametliku osa lõppemist pöörduda esinejate poole personaalselt. Kindlasti oleks võinud üks võimalus osalejate ja esinejate tutvumisel olla ka järeldusi, mida planeerisime küll algselt teha, kuid korralduslikult ei jäänud piisavalt aega selle organiseerimiseks.

Selleks, et inimesed omavahel paremini tutvuksid, oli meil planeeritud toitlustusvaheaeg, kus inimesed said arutleda kuulnud teemade üle. See andis inimestele võimaluse mõtteid vahetada nii omavahel töökaaslastega kui teiste ettevõtete töötajatega. Tagasisidest selgus, et külastajad oleksid soovinud isegi rohkem pause teha ja jõuda seeläbi rohkemate inimestega vestelda. Järgmisel aastal saame selle aspektiga arvestada ja luua rohkem võimalusi *networking*’uks. Lisaks sellele planeerime järgmiseks aastaks erinevaid töötubasid, kus inimesed saavad otsest nõu, kuidas erinevaid tooteid arendada ja disainilahendusi paremaks muuta.

2.2. Sihtrühm ja konkurendid

„Sihtrühm ehk sihtgrupp on kindlate tunnustega inimeste rühm, kellele mingi reklaam, toode vms on välja mõeldud“ (ÕS 2013 sub sihtgrupp).

Antud konverentsi teema on inspiratsiooniks UX/UI disaineritele, IT-projektijuhtidele, IT-analüütikutele, ettevõtete juhtidele, *startup*-kogukonnale, turundajatele ja digitaaldisaineritele. Lisaks kõigile, kes arvavad, et meeldiv *online*-kogemus on eelduseks headele ettevõtte tulemustele. Konkreetsete sihtgruppideni jõudsimise koos meeskonnaga: lähtusime sellest, keda me antud konverentsile kõige rohkem ootame ja kellele võiks sündmus kõige vajalikum olla. Vaatasime eelnevalt toimunud sündmuste sihtgruppide määratlusi ja tegime ka nende põhjal vajalikud järeldused.

Sündmuse peamiseks konkurendiks oli samal päeval toimunud Tartu Ülikooli arvutiteaduse instituudi karjääripäev. Antud sündmusele kogunesid paljud IT-ettevõtted sooviga värvata endale töötajaid. Samuti pidasime konkurentideks UX Riga konverentsi, mis leidis aset veebruarikuus Riias (UX Riga koduleht, 2017). Kindlasti on kõik tehnoloogia ja IT-konverentsid suuresti meie konkurendid – Latitude59, sTARTUp Day, WUD Tallinn jne.

2.3. Meeskond ja tegevuste kirjeldus

„Meeskond on pidevalt arenev üheskoos töötavate inimeste rühm, kus arutatakse oma eesmärgi, hinnatakse ideid, langetatakse otsuseid ja töötatakse ühiste eesmärkide nimel“ (Heller 2000, lk 6). UX Tartu meeskonna komplekteerisin vastavalt liikmete varasemale kogemusele. Suures osas oli meeskond moodustatud peakorraldaja tutvusringkonna inimestest.

Mina isiklikult tegelesin projekti koordineerimisega ning jälgisin, et püsiksime tegevustega ajagraafikus. Samuti koostasime erinevaid sponsorkirju (vt Lisa 5) ja suhtlesin sponsoritega. Quester ja Plewa (2011, lk 2) defineerivad sponsorlust, seejuures toetudes Meenaghanile (1983), kes kirjutab: „sponsorlus on vastastikune koostöö sponsori ja spondeeritava vahel, mille käigus investeerib sponsor rahalisi või mitterahalisi ressursse.“ Lisaks kuulusid minu vastutusalaselt eelarve koostamine, tegevusplaani seadmine, ideede genereerimine ja suhtlemine teiste korralduslike üksustega ja läbirääkimised Spark majaga konverentsi ruumide osas. Tabelis 1 on täpsemalt välja toodud kõik minu ülesanded sündmuse korraldamisel.

Tabel 1. Töö autori ülesanded sündmuse korraldamisel ja ajagraafik

Töö autori ülesanded:
Projektiplaani koostamine ja esialgse programmi väljatöötamine. (detsember – jaanuar)
Rahastusallikate leidmine, rahastustaotluste kirjutamine ja esitamine (Tartu linna ettevõtlusosakonda, Kultuurkapitali Tartumaa ekspertgrupile) (veebruar)
Sponsorpakettide koostamine ja nende väljastamine. (Pipedrive, Teater Vanemuine, Kolk Pruulikoda jne.) (märts – aprill)
Sündmuslehe koostamine Facebooki ja kodulehe jaoks informatsiooni hankimine (märts - aprill)

Meeskonnaliikmete tegevuste koordineerimine ja meeskonna motiveerimine (detsember – aprill)
Spark majaga läbirääkimine ja ettevalmistus (veebruar – aprill)
Sündmuse läbiviimine (aprill)
Tagasiside ettevalmistus ja selle analüüs (aprill)
Tänsündmuse korraldamine (aprill)
Potentsiaalsete investoritega läbirääkimine (aprill)

Konverentsi põhimeeskonda kuulus lisaks töö autorile ka:

Mihkel Allorg on IT-ettevõtja ja tarkvaraarendaja, kes hetkel töötab ettevõttes SportID, kuid tegeleb samuti ka teiste projektidega ettevõttes LightWeber, mille juriidiliseks kehaks on OÜ Võitus. Mihkli peamine ülesanne oli programmi koostamine ja sündmuse kodulehekülje tegemine aadressil www.uxtartu.ee. Samas oli Mihkli ülesandeks ka toitlustajaga läbirääkimine ja koostööpartnerite leidmine.

Otsest töövaldkondade jagamist me omavahel ei teinud. Küll aga leppisime erinevatel kohtumistel kokku tegevused ja toimingud, mida üks või teine teeb. Arutasime omavahel erinevate otsuste vastuvõtmist ning samuti oli mõlemal võimalus otsuseid iseseisvalt langetada. Leian, et antud lahendus sobis meile kõige paremini, kuna nägemus kvaliteetsest konverentsist oli mõlemal väga sarnane. Meie jaoks olid kvaliteetse konverentsi põhitunnusteks hea ja meelelahutuslik programm, ajakavast kinnipidamine, vinged visuaalsed lahendused, kvaliteetne toitlustus ja kosutavad joogid.

Lisaks minule ja Mihklile abistasid meid ka konverentsi idee autor Eliise Talvaru, kes oli peamiselt nõuandja rollis ning Taavi Altpuu, kes tegeles turunduskampaania ellu viimisega.

Kõik konverentsi visuaalsed lahendused nii veebilehele kui ka trükistele (vt Lisa 4) disainis Otto Suits. Ta on ka UX Tartu logo autor.

Sündmuse toimumisel olid veel abiks Spark maja sündmuste korraldaja Kadri Kõivik, fotograaf Sten-Oliver Salumaa, kelle tehtud jäädvustusi saab vaadata lisadest (vt Lisa 3). Suureks abiks

olid ka vabatahtlikud Helena Kirsipuu, Elo Meier, Marta Allorg. Vabatahtlike ülesanne oli külalised vastu võtta, juhatada nad garderoobi, tutvustada maja ja ürituste programmi. Lisaks tegelesid vabatahtlikud toidu serveerimisega ja hiljem osalesid koristustöödel.

2.4. Sotsiaalmajanduslik mõju

„Viimasel ajal on maailmas hoogustunud ürituste ja festivalidega seotud turism, sh nii rahvusvaheline kui ka riigi- või regioonisisene. Seda on soodustanud vaba aeg, infrastruktuuri, reisimise ja rahaliste võimaluste paranemine. Selle trendiga on kaasnenud soov analüüsida ja mõõta ürituste reaalselt mõju majandusele ja muudele ühiskonnaelu sfääridele” (Eesti Konjunkturiinstituut 2012, lk 12).

„Mujal maailmas on ürituste ning sellega kaasneva majanduslike ja muid mõjusid kaardistatud juba 30 aastat. Turistid ja nende poolt tehtud kulutused toovad piirkonda täiendavat raha, suurendades ettevõtete müügitulu, majapidamise sissetulekuid, maksutuluseid, aga ka piirkonna mainet, tuntust jne“ (Eesti Konjunkturiinstituut 2012, lk 12).

Sotsiaalmajandusliku mõju (vt Tabel 2) hindamiseks olen võtnud aluseks Eesti Konjunkturiinstituudi poolt loodud analüüsi „Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamise analüüs” ning selle jaoks koostanud tabeli 2.2.1.

Tabel 2. UX Tartu sotsiaalmajanduslik mõju

Mõju liik	Positiivne mõju	Negatiivne mõju
Majanduslik	Toitlustus ja majutusasutuste käibe suurenemine Transpordifirmade käibe suurenemine Spark maja käibe suurendamine Reklaami või muude teenuste osutamise eest	Ei oska öelda

	saadud tulu ettevõtete ja eraisikute jaoks.	
Turism/kaubandus	Tartu kui konverentsiturismi koha atraktiivsuse tõstmine. Suurenenud teadlikkus potentsiaalseteks investeringuteks ja äritegevuseks	Ei oska öelda
Keskkondlik	Prügi sorteerimine, taarapakendi ringlusesse toimetamine.	Transpordist tulenev reostus Mürareostus
Sotsiaalne/kultuuriline	Eesti ettevõtete kaasamine korraldusse. Konverentsilt saadud teadmised. Uute suhete loomine ettevõtete töötajate vahel: võrgustumine ja uute teadmiste, vaatenurkade saamine.	Ei oska öelda
Psühholoogiline	Positiivsed emotsioonid	Negatiivsed emotsioonid
Poliitiline/administratiivne	Mõju puudus	Mõju puudus

Arvestades kõiki eelnevaid asjaolusid, siis kõige suuremat sotsiaalmajandusliku mõju pakkus konverents Tartu linna toitlustus ja majutusasutustele. Kindlasti ei saa siinkohal kõrvale jätta ka konverentsilt saadud teadmiste rakendamist. Nende mõju avaldub hiljem ja seega on seda hetkel väga raske hinnata, kuidas kliendid reaalselt õpitut töös rakendada saavad. Kui võrrelda UX Tartut TedXTartu või sTARTUp Day konverentsiga, siis oli see pigem väike sündmus ning sellest tulenev sotsiaalmajanduslik mõju ei ole veel nii suur. Tulevikus võiks antud sündmus kindlasti laieneda ning ilmselt siis võiks sotsiaalmajanduslik mõju konverentsiturismile olla veelgi suurem. Antud konverentsi tulevikuidee on juurde luua ka töökohti, mille mõju oleks sotsiaalmajanduslikust aspektist samuti märkimisväärne.

2.5. Riskianalüüs

Enne sündmuse toimumist tuleks kindlasti läbi mõelda ka sündmusega seonduvad riskid, mis võivad enne või vahetult sündmuse ajal tekkida. Siinkohal tuleb arvesse võtta riskide tõenäosust ja kaasnevat mõju. Selleks, et probleeme varakult ennetada, koostasime Mihkliga riskianalüüsiplaani.

„Riskianalüüs on protsess, mis hõlmab tegevusi võimalike ohtude välja selgitamiseks ja nende suuruse hindamiseks. Riski suurust hinnatakse tagajärje raskuse ja kahju tekkimise tõenäosuse suhtes.“(Peil 2012, lk 11)

UX Tartu riskianalüüsis (vt Tabel 2) on välja toodud ohtude esinemise mõju ja tõenäosus ning hinnatud neid skaalal 1-3, kus 1 tähistab madalat, 2 keskmist ja 3 kõrget. Lisaks on välja toodud, kuidas antud riske ennetada ja juhtumisel korrigeerida.

Nr	Oht	Mõju/tõenäosus	Ennetav/korrigeeriv tegevus
1	Elektrikatkestus	1/1	Elektrimahud võimalikult täpselt välja selgitada. Vajadusel saab osad asjad elektrita läbi viia. Kohene reageerimine.
2	Meeskonnaliikme haigestumine	2/1	Ülesannete delegeerimine.
3	Esineja haigestumine	2/1	Asendusesineja.
4	Liiga vähe publikut	3/1	Turundusetegevuste suurendamine. Tasuta piletite jagamise võimalus.
5	Piisava rahastuse puudumine	3/2	Lähtuda eelarvest ja eelarve täitmise perioodist ning arvestades seda, et konkreetseks kuupäevaks on teada palju pileteid müüdud on. Jälgime, et sissetulekud katavad väljaminekud.

			Puudujäägi korral rakendada kulude kärpimist, täiendavate sponsorite leidmist ja omafinantseeringu suurendamist.
--	--	--	--

Riskianalüüsist on välja jäetud ohud, mida korraldajatele ei ole võimalik ette näha. Sinna alla kuuluvad näiteks loodusõnnetused ja terrorism.

Punkt 4. Liiga vähe publikut – Prognoosisime müüa 150 piletit, seda lähtuvalt Spark maja võimalustest ruumi mahutatavuse osas. Kuna pileteid oli võimalik soetada eelmüügist, siis selle abil saime jälgida, kui palju pileteid oli teatud hetkel müüdud. Ideaalis soovisime välja müüa kõik piletid ja selle eesmärgi ka täitsime.

2.6. Turundus ja reklaam

Toon välja turunduse kaks peamist definitsiooni. Esmalt on turunduse kui protsessi definitsioon järgmine: „Turundus on kontseptsioonide, hinnakujunduse, promotsiooni ja jaotuse planeerimise ning täideviimise protsess ideede, toodete ja teenuste turundamiseks, loomaks mõlemaid osapooli rahuldavaid vahetusi.“ Teisalt on definitsioon, kus rõhutakse järjest enam kliendisuhete loomisele ja arendamisele – „Turundus on kasulike klientide leidmise ja hoidmise ning kasulike kliendisuhete arendamise teadus ja kunst“ (Kuusik, Virk, Aarna, Sepp, Seppo, Mehine, Prinsthal 2010, lk 15).

Konverentsiga seotud turundustegevustega mina otseselt ei tegelenud, selle valdkonnaga oli ametis Taavi Altpuu, kes juhib turundusagentuuri MoliveryMedia OÜ. Tegemist on turundusagentuuriga, mille eesmärk on aidata ettevõtetel efektiivse internetiturunduse ja turundusjuhtimise kaudu tõsta bränditeadlikkust ja müügikäivet. Agentuuri meeskond koosneb viiest liikmest (Molivery koduleht, 2017). Tegemist on ärisaladusega ning sellest johtuvalt ei saa käesolevas töös välja tuua konkreetset turundusplaani. Saan vaid välja tuua kohad, kus peamiselt oma sündmust reklaamisime.

Kuna valdavalt oli sihtgrupi näol tegu noorte IT ja disainiga seotud inimestega, siis sellest lähtuvalt otsustas turundusjuht, et kõige enam kasutab reklaamimiseks veebikeskkonda Facebook. Sealt edasi suunati kliendid sündmuse kodulehele, kus nad said ülevaatliku informatsiooni konverentsil toimuvast ja võimaluse soetada endale sobivad piletid. Aktiivselt

hakkas Facebooki postituste tegemine pihta üks kuu enne sündmuse toimumist. Postituste sisuks olid peamiselt ülevaated esinejatest, kus kirjeldati nende eelnevaid tegemisi ja räägiti, mis teemal antud esineja kõnelema tuleb, sealjuures räägiti ka esinejate ettevõtetest lähemalt. Facebooki lehele tegi agentuur ka sponsorite reklaampostitusi, mida olime neile varasemalt lubanud.

Leian, et antud konverentsi turundus toimis väga hästi, kuna piletid müüdi välja nädala jooksul, mis näitab, et publiku huvi antud teema kohta on väga suur.

2.7. Eelarve ja selle täitmine

Eelarve on „projekti eesmärgi saavutamiseks vajalike kulutuste kalkulatsioon“ ning „eelarve kalkuleeritakse eri kululiikide ja ülesannete lõikes“ (Perens 2001, lk 188).

Eelarve (vt Lisa 2) koostamisel püüdsime välja tuua kõik kulutused, millega konverentsi korraldamisega arvestada tuleb. Kõik väljatoodud summad on arvestatud koos käibemaksuga ja töötasude juures on arvesse võetud tööandjamaksud. Eelarve koostamisel oli abiks Mihkel Allorg.

Konverentsi eelarve koostasimisel võtsin arvesse tegevusplaani. Enne eelarve tegemist võtsime paljudelt teenusepakkujatelt hinnapakkumised ning sellest lähtuvalt arvestasime kulutusi. Eelarve täitmine sujus ladusalt, kuigi mõned oodatud tulud jäid siiski saamata. Põhjus oli paljuski selles, et esitasime mõned pakkumised liiga hilja ning ettevõtted olid suunanud oma väljaminekud juba Tartu Ülikooli IT-osakonna karjääripäevale. Sellest lähtuvalt oli pigem tagasihoidlik huvi ettevõtete bokside soetamisele. Samuti esitasin taotluse Kultuurkapitali Tartumaa ekspertgrupile, et katta ruumide rent. Antud taotlusele vastati kahjuks eitavalt, kuid sponsorid katsid ruumide rendiga seonduvad kulud kenasti ära.

Konverentsi peamiseks tuluallikaks oli piletimüük. Algselt olime arvestanud, et konverentsile mahub 150 inimest, kuid tegelikult võimaldas Spark maja lausa 170 kohta, selle tõttu oli piletimüügist saadud tulu suurem kui olime eelarves algselt arvestanud. Piletite ostmiseks tegi Mihkel kodulehele vastava lahenduse pangalinkide näol. Pangalinkide maksumus erines mõnevõrra Eesti suurimate pankade lõikes. Antud sertifikaadid kehtivad veel viis aastat.

Piletihinnad kujundasime vastavalt eelarvele. Tavapileti hind oli kuni nädal enne sündmuse toimumist 25 eurot ning sealt edasi 35 eurot. Samuti oli võimalik soetada ka pileteid koos majutusega, see lahendus ei osutunud väga populaarseks.

Kõige suuremaks kuluallikaks UX Tartu 2017 eelarves oli toitlustus. Pidasime seda korraldusliku poole pealt ka üheks olulisemaks aspektiks, et konverents publikule võimalikult meelepärane oleks.

3. TAGASISIDE SÜNDMUSELE JA ENESEREFLEKSIOON

Kolmandas peatükis toon välja osalejate tagasiside sündmusele ning teise alapeatüki moodustab eneserefleksioon.

3.1. Tagasiside

Osalejate tagasiside kogumiseks valmistasin ette ankeedi, mida said kõik sündmusel osalenud inimesed täita kuu aja jooksul pärast sündmuse aset leidmist. Küsimustiku koostamiseks kasutasin Google Forms'i süsteemi. Tagasiside küsimustiku (vt Lisa 5) saatsin kõikidele sündmusel osalenud inimestele e-maili teel.

Tagasisides soovisin teada, kas publik jäi rahule sündmuse korraldusliku poolega ning mis neile konverentsi juures meeldis ja mis häiris. Samuti uurisin, milliste kanalite kaudu said nad infot konverentsi toimumise kohta ning uurisin mida nad sooviksid näha ja kuulda järgmise aasta konverentsil.

Tagasisidest selgus, et publik jäi sündmuse korraldusliku poolega väga rahule ning osalejad said inspiratsiooni nii esinejatelt kui ka konverentsil osalenud inimestelt. Kõige enam kiideti konverentsi programmi ja toitlustust: need olid väga kvaliteetsed. Peamiselt ei meeldinud inimestele, et konverentsi ruumid olid umbsed. Kõige enam said külalised informatsiooni Facebookist. Samuti levis suurel hulgal informatsioon konverentsi toimumise kohta ka suusõnaliselt. Soovituseks toodi välja, et järgmisel aastal võiks aset leida ka erinevaid seminare ja töötubasid.

3.2. Eneserefleksioon

Isiklikus plaanis õnnestus konverentsi korraldamine hästi. Meeskonna komplekteerimine oli seejuures kindlasti kõige paremini sujuv protsess. Meeskond lahendas erinevaid ülesandeid

innukalt ja oli huvitatud, et projekt õnnestuks hästi. Paljude meeskonnaliikmete jaoks oli see esmakordne sündmuse korraldamise kogemus. Otsest meeskonnaliikmete motiveerimist ma kellelegi ei pidanud tegema, ülesanded olid jagatud konkreetsetelt ning tähtaegadest peeti kinni. Kohati pidin aitama meeskonnaliikmetel omavahel ülesanded jagada ja täpsustama ideede elluviimise protsessi. Siinkohal sooviksin tänada kursusekaaslast Marili Niidumaad, kes projekti keeruliste otsuste tegemise juures jagas erinevaid õpetlikke sõnu, kuidas mingile konkreetsele probleemile läheneda võiks.

Pärast sündmuse toimumist leidsin mitmeid nüansse, millele oleks võinud teisiti läheneda: kõiki detaile saaks alati põhjalikumalt läbi mõelda. Suur osa korraldamise ajast kulus erinevate inimestega nõu pidamisele ja osapooltega läbirääkimisele. Samal ajal olin pidevalt valmis enda tegevusi meeskonnaliikmetele delegeerima ning vastupidi.

Sündmuse läbiviimise juures oli meeskonnaliikmetel tegevused kõigil teada ja seetõttu otsest tõrget ei tekkinud. Ainuke probleem, millega polnud arvestatud, oli see, et videokaamera mälumaht sai pärast esimest teemablokki täis. Selle lahendamiseks käis fotograaf kiirelt poes ning soetas uue mälukaardi.

Lisaks tooksin välja, et kindlasti oleks võinud konverentsi sponsorite otsimisega varem pihta hakata. Viimase kuu jooksul oli väga palju kirjavahetusi ja kohtumisi: need ülesanded oleks võinud mõned kuud varem ära teha.

Toon siinkohal välja konverentsi eesmärgi, milleks oli ühendada ja inspireerida inimesi, kes loovad tooteid, rakendusi, veebilehti ja muid installatsioone. Lähtuvalt tagasisidest saadud teave põhjal saab sündmust hinnata kordaläinuks, kuna inimesed said inspiratsiooni nii esinejatelt kui ka konverentsil osalejatelt.

Leian, et konverentsi korraldamise protsessis sain kõiki õpitud teadmisi erineval kujul rakendada, samal ajal sain juurde palju kogemusi ja teadmisi. Kindlasti sain juurde ka häid tutvusi, kelle kaasabil on võimalik järgmise aasta projekti juba suuremalt ette võtta.

KOKKUVÕTE

Käesolev loov-praktiline lõputöö andis ülevaate minu korraldatud sündmusest, mis toimus 7. aprillil 2017. aastal. Tegu oli ühepäevase kasutajakogemuse konverentsiga UX Tartu. Sündmus leidis aset esmakordselt Tartus, Spark majas. Antud töös kirjeldasin ja analüüsisin konverentsi korraldamisega seotud tegevusi. Samuti andsin ülevaate korraldusliikmetest, eelarvest, turundusest ja sotsiaalmajanduslikust mõjust.

UX Tartu eesmärgiks oli ühendada inimesi, kes loovad tooteid, rakendusi, veebilehti ja muid installatsioone, seda läbi kasutajakogemuse konverentsi. UX on omakorda inspireeritud kasutajate vajadustest ning erinevatest võimalustest loomingulise tehnoloogia kasutamisel.

UX Tartu 2017. aastal põhiprogrammis esines seitse esinejat. Lisaks sellele oli esindatud kaks ettevõtet ja virtuaalreaalsuslahendusi pakkuv Futuruum. Tagasiside põhjal võib öelda, et konverents meeldis publikule väga ja korraldusega oldi samuti rahul. Seega on võimalik järeltada, et UX Tartu täitis seatud eesmärgi.

Sündmuse korraldus oli pikk protsess ja selle raames oli palju tegevusi. Projektijuhina sain Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemias õpitud teadmisi ja oskusi rakendada erinevate tegevuste juures. Lisaks sündmuse korraldamisele sain juurde palju uusi kontakte, kellega tulevikus koostööd teha. Siinkohal tahaksin tänada kõiki meeskonnaliikmeid ja abilisi, kes antud sündmusega seotud olid. Antud kogemus rikastas oluliselt minu teadmisi ühe projekti elluviimise kohta. Olen kindel, et UX Tartu konverents on jätkusuutlik ning alles arenemisjärgus.

KASUTATUD ALLIKAD

Allorg, M. 11.05.2017 *Intervjuu*. Kaarel Kukk. Tartu

Eesti Kojunktuuriinstituut. 2012. *Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs*. https://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-ja_spordisundmuste_majanduslik_moju.pdf (10.05.2017)

Ekstedt, E. 2009. *A New Division of Labour: The “projectification” of working and industrial life*. In M.-A. Moreau, S. Negrelli, P. Pochet (eds), *Building Anticipation of Restructuring in Europe*. Bruxelles: Peter Lang, p 42.

Futuruumi koduleht. <https://futuruum.ee/> (10.05.2017)

Heller, R. 2000. *Meeskonna juhtimine*. Koolibri

Inforegister. 2017. <https://www.inforegister.ee/12780983-VOITUS-OU> (10.05.2017)

Kuusik, A., Virk, K., Aarna, K., Sepp, L., Seppo, M., Mehine, T., Prinsthal, I. 2010. *Teadlik turundus*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Molivery koduleht. <http://www.molivery.ee/> (10.05.2017)

Peil, M. 2012. *Riskianalüüsi käsiraamat*. Tallinn: Ten-Team

Perens, A. 2001. *Projektijuhtimine*. Tallinn: Kirjastus Külim

Püüa, M. 2003. *Projektide juhtimine Piirangute Teooria abil*. http://enos.itcollege.ee/~margus/private/VIII_loengu_konspekt.pdf (19.05.2017)

Quester, P., Plewa, C. 2011. *Sponsorship and CSR: is there a link? A conceptual framework*. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, pp 301 – 317.

Rinde, A. 2011. *Multimeedium, disaini alused*. Tallinna Ülikooli informaatika instituut. http://www.cs.tlu.ee/~rinde/mm_materjal/pdf/mm_disain.pdf (10.05.2017)

Tartu linna arengukava aastateks 2013-2020, 2011. Tartu linnavalitsus

UX Riga koduleht. <http://www.uxriga.lv/> (10.05.2017)

Vadi, M. *Organisatsioonikäitumine*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus

Virover, A., Alas, R., Liigand, J. 2008. *Organisatsioonikäitumine: käsiraamat*. Tallinn: Külm

ÕS 2013. 2017. *Eesti õigekeelsussõnaraamat 2013*. <http://www.eki.ee/dict/qs/> (10.05.2017)

Äriseadustik. RT I 1995, 26, 355. RT I 31.12.2010, 19.

<https://www.riigiteataja.ee/akt/131122010019> (10.05.2017)

LISAD

Lisa 1. UX Tartu põhiprogramm

16.00 Ürituse avamine

17.00 Avasõna Rein Lemberpuu

17.15 Taavi Kotka

18.00 Elmo Soomets

18.30 Andres Kostiv – Disainimõtlemine UX disainis

19.00 Snäkipaus üllatusega. Networking

20.00 Mikk Tasa – UX & CX

20.40 Mikk Martin – Ruumitunnetus kasutajaliidestest

20.50 Heidi Taperson – Miks kulutavad disainerid 50% ajast disainimisele.

21.20 Tajo Oja – Liiga palju UXi

21.50 Ürituse lõpetamine

Lisa 2. Sündmuse eelarve ja selle täitmine (numbrid sisaldavad makse)

Kulud

KULUD	EELARVE	TÄITMINE
Palgakulud		
Projektijuhi töötasu	1500 €	1500 €
Programmijuhi töötasu	1500 €	1500 €
Turundusjuhi töötasu	500 €	500 €
Raamatupidaja töötasu	100 €	90 €
Disaineri töötasu	500 €	250 €
Fotograafi töötasu	50 €	50 €
Ruumide rent		
Spark maja	300 €	260 €
Esinejate kulud		
Meened	100 €	630 €
Majutus/toitlustus	400 €	330 €
Transport	125 €	160 €
Turunduskulud		
Turunduskulud	250 €	70 €
Trükised	500 €	325 €
Muud kulud		
Toitlustus	900 €	1025 €
Joogid	200 €	630 €
Piletihinnas sisalduv osalejate majutus	500 €	240 €
Veebileht	350 €	200 €
Auhinnad	500 €	0 €
Majapidamistarbed	75 €	10 €
KOKKU	8350 €	7770 €

Tulud

TULUD	EELARVE	TÄITMINE
Piletitulu	2000 €	2800 €
Tartu Linn	800 €	560 €
Ettevõtete boksid	1000 €	150 €
Sponsorlus	500 €	760 €
Kultuurkapitali Tartumaa ekspertgrupp	550 €	0 €
Omafinantseering	3500 €	3500 €
KOKKU	8350 €	7770 €

Lisa 3. Pildid sündmusest







Lisa 4. UX Tartu kavalehe näidis



Lisa 5. UX Tartu sponsorkirja näidis

Tere Käbliku Pruulikoda!

Mina olen Kaarel Kukk ja kirjutan Teile UX Tartu 2017 konverentsi koostöö pakkumisest. Plaanime korraldada UX konverentsi Tartus, **7. aprillil Spark majas**. UX Tartu konverentsi eesmärk on ühendada ja inspireerida inimesi, kes loovad tooteid, rakendusi, veebilehti ja muid installatsioone. Lisaks uurime trende ja proovime sõnastada ja lahendada suuremaid täna esinevaid kasutajakogemusega seotud probleeme.

Sünnimusele on oodata kuni 150 UX-ga seotud inimest. Hea võimalus tutvustada oma ettevõtte lahendusi ja võimalusi töötamiseks.

Pakume Teie ettevõttele:

- Võimalust esitleda enda ettevõtte toodet/kampaaniat/mängu/UX lahendust ning saada sellele tagasisidet UX-ga seotud inimeste käest.
- Eraldi ala, koos vooluga ja lauaga.
- Reklaamida teie ettevõtet meie kodulehel, Facebookis ja muudel materjalidel.
- 2 piletit UX Tartu sünnimusele.

Paketi hind on 300 eurot.

Mahutame oma sünnimusel 5 ettevõtet. Seega palume aegsasti registreerida.

Loodan, et oleksite valmis koostöö üle arutama.

Lisainfo saamiseks ja koha broneerimiseks palume võtta ühendust:

Kaarel Kukk

kaarel@uxtartu.ee

+372 569 26 242

Koostööle lootes ja parimat soovides,

Kaarel Kukk

UX Tartu 2017 korraldaja

Lisa 6. UX Tartu tagasiside küsimustik

1. Mis teile UX Tartul meeldis?
2. Aga mis häiris?
3. Kas soovitaksite tuttavatele UX Tartul osaleda?
4. Millisest kanalist saite infot konverentsi toimumise kohta?
5. Kes võiks järgmisel UX konverentsil esineda?
6. Mida põnevat võiks veel toimuda?
7. Kas teile sobis konverentsi formaat?

SUMMARY

The current creative-practical thesis provided an overview of event, which I organized on 7th April in 2017. It was a conference about user experience and was called UX Tartu and it lasted for one day. For the first time the event took place in Tartu, in the Spark house. In the current paper I described and analysed the activities about managing the conference. Furthermore, it provided an overview about the team, budget, marketing and economic impact of the event.

UX Tartu was designed to combine people who create products, applications, websites and other installations, through user experience conference. UX is in turn inspired by the needs of the users and the use of creative technology.

In the main programme of the UX Tartu 2017 were seven performers. In addition, two companies and a virtual reality solution company Futuruum were also represented. On the basis of the feedback, the audience liked the conference very much and was pleased about the overall management. It can therefore be concluded that the objectives set for the UX Tartu were fulfilled.

Organizing the event was a long process and there were a lot of activities. As the leader of the project I got to use the knowledge and skills which I learned from University of Tartu Viljandi Culture Academy. In addition to the event management, I received a number of new contacts to work with in the future. At this point, I would like to thank all the crew members and assistants, who have been involved in this event. This experience has significantly enriched my knowledge of the implementation of project management. I am confident that the UX Tartu conference is sustainable and still in progress.

LIHTLITSENTS

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina **Kaarel Kukk (01.03.1992)**

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose **UX Tartu 2017**, mille juhendaja on **Jana Karilaid**,

1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Viljandis, 22.05.2017